

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Objek Penelitian

Aplikasi PermataME merupakan sebuah aplikasi transaksional yang diciptakan oleh Bank Permata sebagai solusi untuk mempermudah nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan. PermataME sendiri diperkenalkan pada April 2018 untuk menyambut era digital dan gaya hidup anak milenial yang semuanya serba online. PermataME memberikan *cashback* setiap harinya kepada nasabahnya sebesar 10% untuk transaksi di transportasi online, *cashback* 20% untuk transaksi ditoko online, dan *cashback* 30% untuk transaksi di coffe shop dan bioskop diseluruh Indonesia.

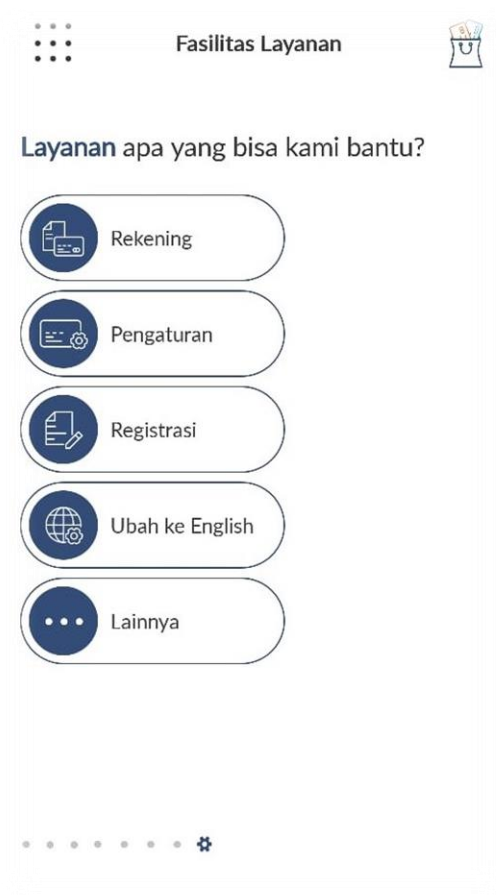


Sumber : Bank Permata

**Gambar 3.1 *Cashback* Yang Diberikan PermataME**

Aplikasi PermataME juga menawarkan beberapa keuntungan seperti proses pembukaan rekening yang mudah dan cepat, gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM dalam dan luar negeri yang berlogo Visa/Plus (jika saldo minimum 1.000.000), gratis biaya transfer online, gratis biaya administrasi bulanan, dan juga *cashback*.

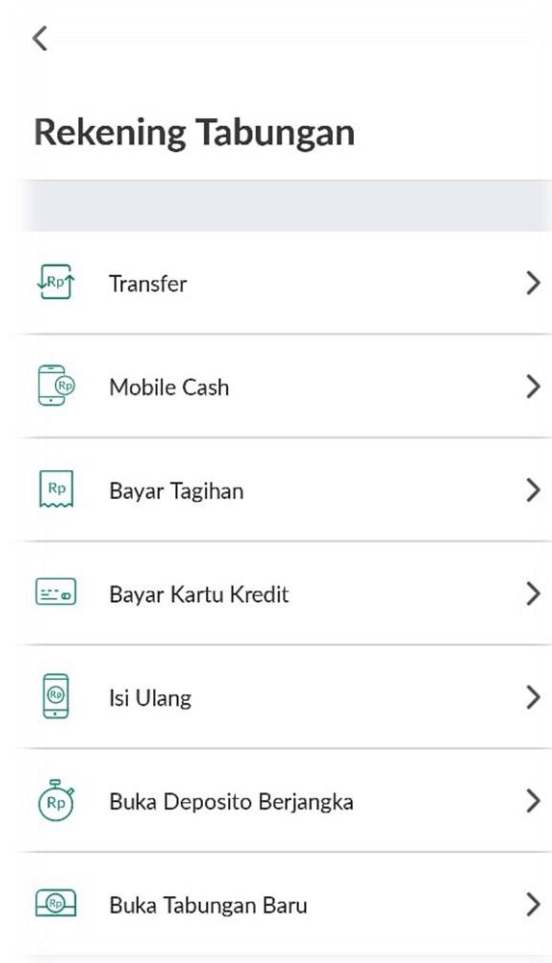
Terlihat pada gambar 3.2 ketika konsumen membuka layanan aplikasi PermataME, konsumen akan dapat mengakses menu layanan apa yang dibutuhkan seperti rekening, pengaturan, registrasi, ubah bahasa English dan juga menu lainnya yang berisi kurs mata uang dan *contact us*.



Sumber : Aplikasi PermataME

**Gambar 3.2 Fasilitas Layanan Yang Dapat Diakses Konsumen Melalui  
Aplikasi PermataME**

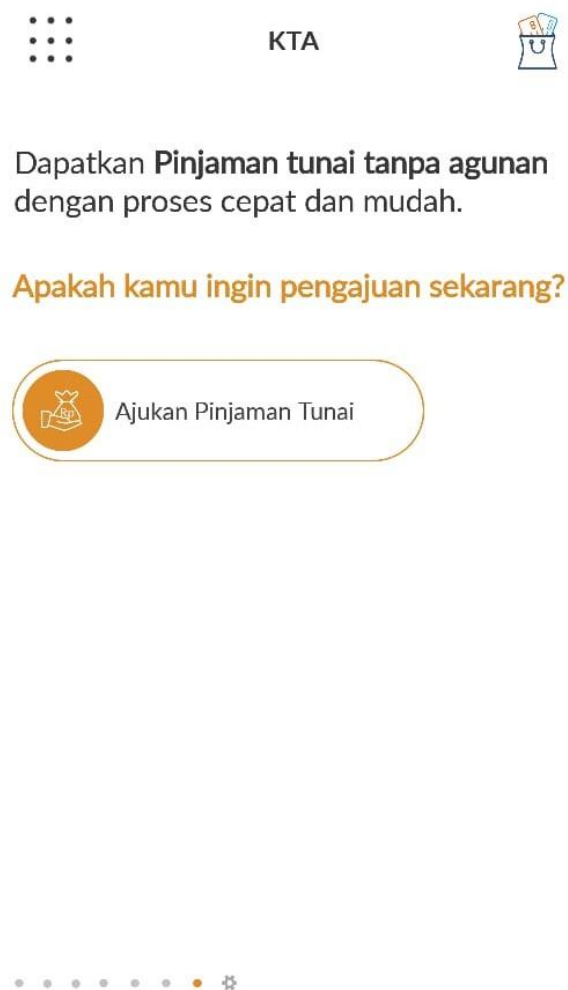
Pada gambar 3.3 dapat dilihat ketika konsumen memilih menu Rekening, konsumen akan menemukan beberapa menu didalamnya seperti transfer, *mobile cash*, pembayaran tagihan, pembayaran kartu kredit, isi ulang, buka deposito berjangka, membuka tabungan baru yang nanti dapat konsumen pakai sesuai dengan yang mereka butuhkan



Sumber : Aplikasi PermataME

**Gambar 3.3 Layanan Pada Menu Rekening Tabungan**

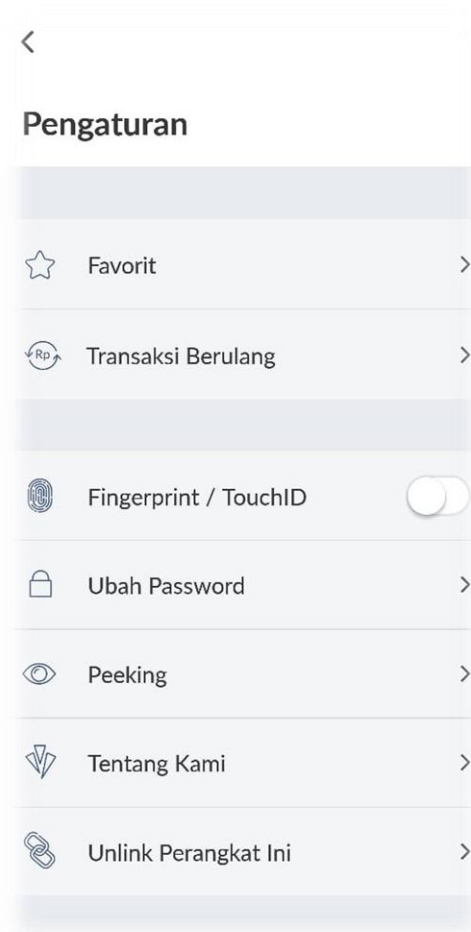
Lalu, pada gambar 3.4 dapat dilihat bahwa selain untuk melakukan pembayaran dan tabungan, aplikasi PermataME juga memberikan layanan Kredit Tanpa Angunan (KTA) dimana konsumen dapat melakukan kredit tanpa harus menjaminkan sebuah asset yang dimilikinya.



Sumber : Aplikasi PermataME

**Gambar 3.4 Tampilan Fitur KTA Dalam Aplikasi PermataME**

Selanjutnya pada menu pengaturan gambar 3.5 selain pilihan *password* konsumen dapat memilih sistem pengaturan *fingerprint/ touchID* yang nantinya aplikasi PermataME hanya dapat dibuka melalui sidik jari pemiliknya sehingga menambah keamanan terhadap orang yang ingin melakukan kejahatan.

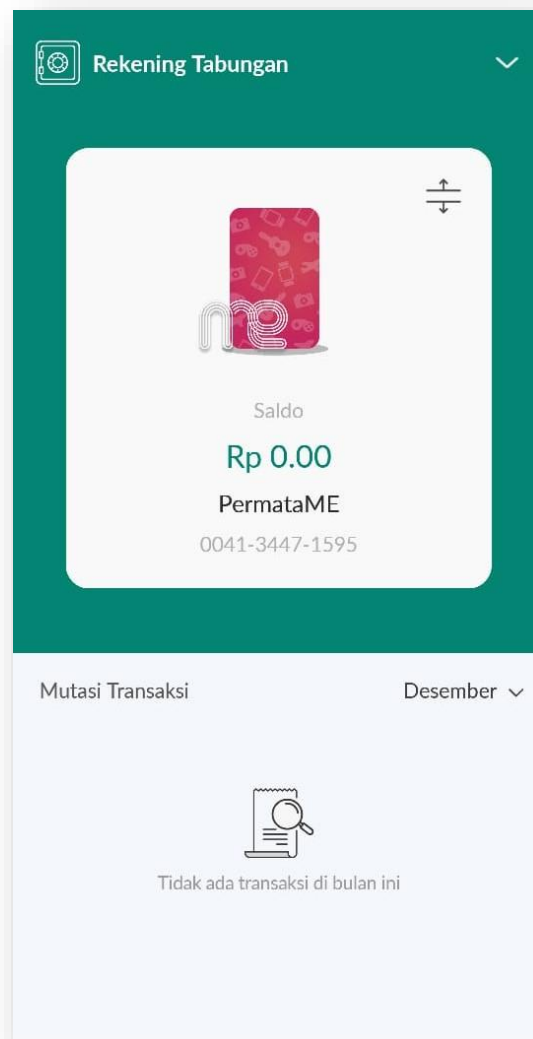


Sumber : Aplikasi PermataME

**Gambar 3.5 Sistem Keamanan *Fingerprint* atau *TouchID***

Dan terakhir pada gambar 3.6 aplikasi PermataME menampilkan informasi konsumen didalam menu profil konsumen dimana konsumen dapat melihat jumlah saldo

dan mutasi rekeningnya selama sebulan ataupun 12 bulan tanpa harus mencetak rekening koran



Sumber : Aplikasi PermataME

**Gambar 3.6 Tampilan Kolom “Profil” Pada Aplikasi PermataME**

### **3.2 Desain Penelitian**

Desain penelitian merupakan sebuah kerangka dasar yang menjelaskan secara rinci terkait prosedur untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan kemudian memecahkan masalah yang ada didalam sebuah proyek penelitian tertentu. Desain penelitian yang baik akan membuat penelitian semakin efektif dan semakin efisien (Malhotra, 2010). Menurut Malhotra (2010), terdapat dua bentuk jenis desain penelitian yang dapat digunakan, yakni:

#### **1. Exploratory Research**

Merupakan sebuah tahapan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pandangan dan pengertian terhadap suatu masalah. Jenis penelitian memiliki tujuan utama untuk mampu menjelaskan masalah secara rinci dan detil sehingga nantinya peneliti mampu mengambil langkah penyelesaian yang relevan dan efektif. Metode penelitian ini informal dan tidak terstruktur, contohnya seperti *personal interview*.

#### **2. Conclusive Research**

Merupakan metode yang lebih terstruktur dan menggunakan sampel populasi yang besar dan relevan dalam mengumpulkan data dan informasi. Dan informasi tersebut digunakan untuk menjadi *alternative* dalam pemecahan masalah. *Conclusive research* dibagi menjadi dua, yakni *descriptive research* dan *causal research*.

##### **1. Descriptive research**

Metode penelitian yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan karakteristik pasar dan fungsi pasar. Contohnya seperti membagi konsumen kedalam kelompok-kelompok berdasarkan kriteria tertentu, menentukan ketersediaan produk di dalam

suatu toko berdasarkan karakteristik konsumennya, mengetahui variabel-variabel apa saja yang berpengaruh terhadap suatu perilaku tertentu, dan untuk memberikan prediksi terhadap pasar secara spesifik di waktu mendatang. *Descriptive research* dibagi menjadi dua jenis yaitu *cross-sectional design* dan *longitudinal research*.

**1) *Cross-sectional design***

Metode yang digunakan dengan mendapatkan informasi mengenai pengaruh variabel tertentu dari berbagai sampel dari sebuah populasi dalam satu kali waktu.

**a) *Single cross-sectional design***

Hanya mengambil satu sampel populasi yang dianggap paling berpengaruh dan relevan pada penelitian.

**b) *Multiple cross-sectional design***

Pengambilan sebanyak dua atau lebih sampel populasi dalam penelitian.

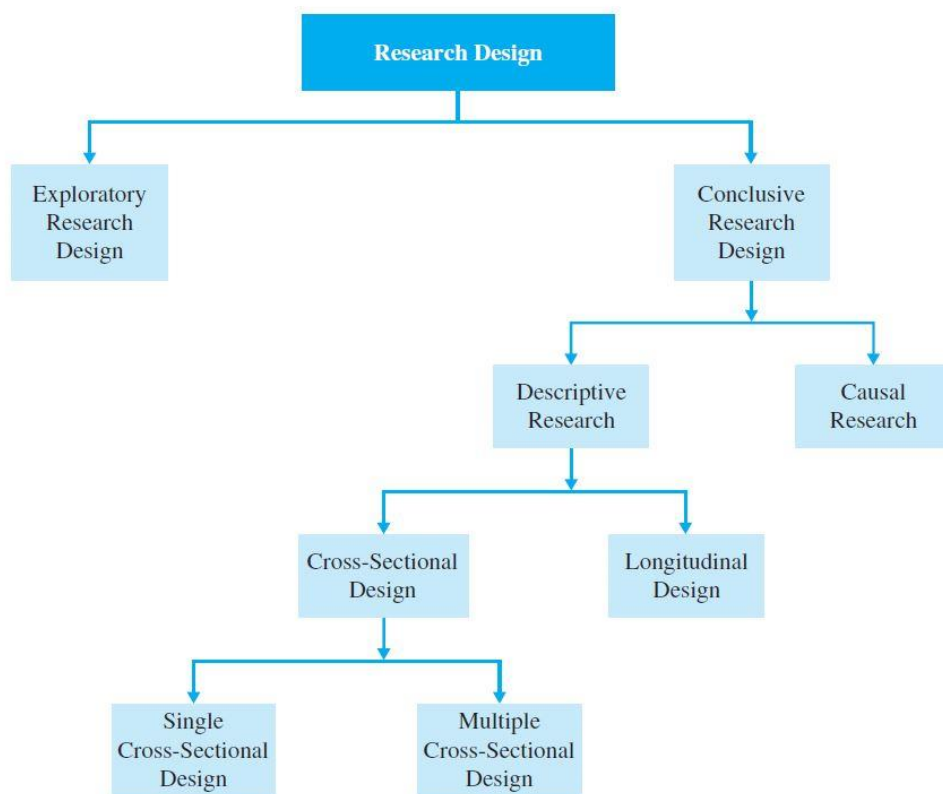
**2) *Longitudinal research***

Didefinisikan sebagai sebuah metode penelitian dimana sebuah variabel yang sama diuji secara terus menerus dalam periode tertentu kepada sampel yang sama. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui perubahan yang terjadi dalam interval waktu tertentu.



## 2. *Causal research*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sebab-akibat dalam suatu fenomena. Penelitian menggunakan metode ini untuk memutuskan suatu keputusan menggunakan suatu asumsi sebab-akibat dalam suatu hubungan tertentu. Asumsi ini harus divalidasi dengan melakukan penelitian secara formal. Berikut adalah skema desain penelitian menurut Malhotra (2010):



Sumber : Malhotra (2010)

**Gambar 3.7 Jenis Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *conclusive research design* dengan jenis *descriptive research* dengan metode pengambilan data menggunakan *survey*. Pemilihan *Descriptive research* dikarenakan peneliti ingin menguji hubungan variabel.

Untuk mendukung *survey*, peneliti menggunakan kuesioner, baik kuesioner offline dan online akan disebarkan kepada responden yang memenuhi syarat dan ketentuan. Kuesioner yang digunakan peneliti menggunakan 7 skala *likert* karena peneliti telah menspesifikasikan secara mendalam syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh setiap responden melalui *screening* yang ada didalam penelitian agar dapat dikategorikan sebagai responden yang valid dalam penelitian. Responden yang lolos dalam tahap *screening* akan dianggap paham dan mengerti mengenai aplikasi PermataME secara menyeluruh, sehingga akhirnya bisa memberikan respon yang lebih detail dan mendalam. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *cross sectional design* khususnya metode *single cross sectional*, karena peneliti hanya menggunakan satu kelompok responden tertentu, yakni responden yang sudah menggunakan aplikasi PermataME.

### **3.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Menurut Malhotra (2010), terdapat 5 tahapan dalam melakukan *sampling design process*, yaitu menentukan *target population*, *sampling frame*, *sampling technique*, *sample size*, dan terakhir adalah *execution*.

#### **3.3.1 Target Populasi**

Malhotra (2010) mendefinisikan target populasi sebagai elemen atau objek yang memiliki informasi lengkap yang dibutuhkan oleh peneliti sehingga mampu menciptakan suatu kesimpulan dalam penelitiannya. Peneliti harus mampu merincikan secara lengkap dan detail terkait siapa yang akan menjadi target populasinya. Dengan demikian, target populasi dari penelitian ini adalah seluruh

konsumen yang sudah mengetahui aplikasi PermataME dan baru sekali bertransaksi menggunakan aplikasi tersebut.

#### **3.3.1.1 Sample Unit**

Sample Unit diartikan sebagai responden yang telah memenuhi syarat *screening* agar dapat dianggap sebagai responden yang valid dan memiliki informasi untuk peneliti (Malhotra, 2010). Dalam penelitian ini, *sample unit* yang digunakan yakni responden telah menggunakan aplikasi PermataME, memakai aplikasi *digital onboarding* dari bank lain, dan berusia diatas 17 tahun.

#### **3.3.1.2 Extent**

*Extent* diartikan sebagai ruang lingkup, wilayah dan tempat yang dimana peneliti melakukan pengumpulan data dalam penelitian ini (Malhotra, 2010). Pada penelitian ini, batas wilayahnya adalah di Jabodetabek, karena target pengguna aplikasi PermataME sendiri adalah anak-anak muda yang memiliki *smartphone*. Penelitian ini mengambil ruang lingkup, wilayah dan tempat yang luas dengan bertujuan agar hasil yang peneliti dapatkan akan optimal dan lebih akurat.

#### **3.3.1.3 Time**

*Time* adalah jangka waktu yang diperlukan oleh peneliti untuk mencari data dan mengumpulkan data yang diperlukan terkait penelitian ini (Malhotra, 2010). Pada penelitian ini, peneliti mulai melakukan penyebaran kuesioner *pre-test* pada tanggal 29 November 2019 sampai 3 November 2019. Setelah itu, jika hasil *pretest* dinyatakan *valid* dan *reliable* oleh penguji, peneliti mulai menyebarkan kuesioner untuk uji keseluruhan data pada tanggal 20 November 2019 sampai 15 Desember 2019

#### **3.3.1.4 *Element***

*Element* merupakan sumber informasi bagi peneliti untuk memecahkan masalah yang ada. Dalam penelitian ini, *element* yang dimaksud adalah responden (Malhotra, 2010).

#### **3.3.2 *Sampling Technique***

Menurut (Malhotra, 2010), terdapat 2 teknik *sampling technique* yang dimana semua elemen pada populasi memiliki kesempatan untuk menjadi sampel pada penelitian ini.

##### **1 *Probability Sampling***

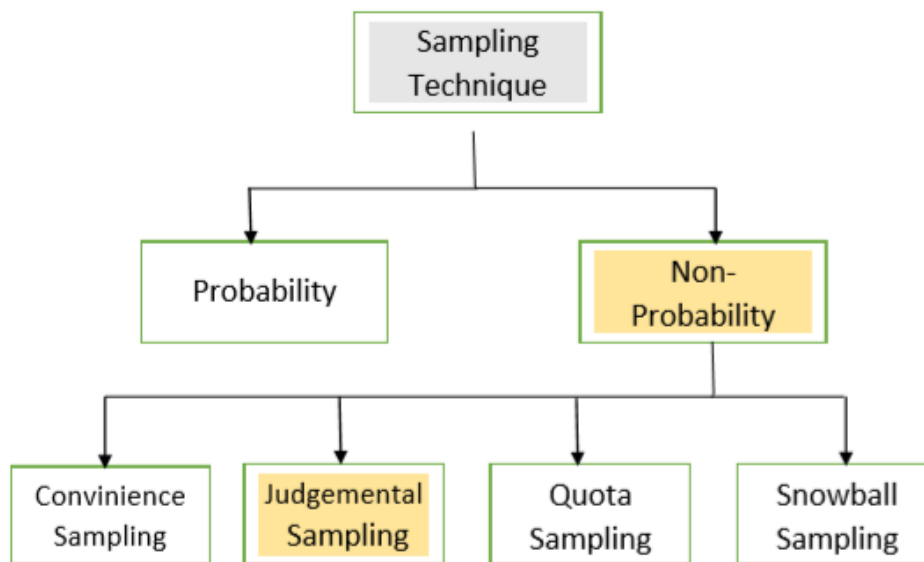
Merupakan teknik *sampling* yang membuat seluruh elemen dalam sebuah populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian.

##### **2 *Non Probability Sampling***

Merupakan sebuah teknik *sampling* yang berdasarkan pada penilaian peneliti terhadap validitas respondennya, sehingga tidak semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian.

- a. *Convenience Sampling* adalah teknik *sampling* yang berdasarkan dimana responden berada di waktu yang tepat dan di lokasi yang tepat bersama peneliti. Seluruh kondisi yang terjadi sepenuhnya ditentukan oleh peneliti secara random, dan berdasarkan subjektivitas peneliti. Metode ini tidak dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian, namun bisa menjadi cara yang baik untuk memberikan inovasi, saran, dan inspirasi bagi peneliti

- b. *Judgemental Sampling* adalah teknik *sampling* yang sama dengan *convenience sampling*. Namun perbedaannya adalah peneliti melakukan survey dengan membuat syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi responden agar dianggap valid dan mewakili seluruh populasi.
- c. *Quota Sampling* adalah teknik *sampling* yang meliputi dua tahapan penting. Tahapan pertama yaitu peneliti menentukan kuota dari masing-masing elemen dan tahapan kedua adalah mengambil sampel dengan teknik *convenience sampling* ataupun *judgemental sampling*.
- d. *Snowball Sampling* adalah teknik *sampling* yang berdasarkan pada referensi dari para responden dengan harapan sampel hasil rekomendasi dari responden akan mencerminkan kesamaan karakteristik dengan syarat dan ketentuan yang telah ditentukan oleh peneliti.



Sumber : Malhotra (2010)

**Gambar 3.8 Skema *Sampling Techniques***

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *sampling technique non-probability*, sehingga tidak semua populasi bisa menjadi sampel dalam penelitian ini. Peneliti juga menggunakan subjektivitas peneliti dalam menentukan responden yang valid sehingga peneliti memilih *judgemental sampling*. Melalui tahapan *screening* yang telah dibuat peneliti, maka diharapkan responden penelitian akan memiliki informasi yang cukup dan akurat untuk mewakili populasi. *Screening* dalam penelitian ini adalah responden setidaknya telah menggunakan aplikasi PermataME minimal 1 kali, kemudian memakai aplikasi *digital onboarding* lain selain PemataME, dan responden harus berumur 17-31 tahun dikarenakan secara psikologis responden dianggap memasuki masa dewasa muda, tidak terlalu muda dan tidak terlalu tua.

### 3.3.3 Sample Size

Menurut Malhotra (2010), *Sample Size* adalah jumlah responden yang diikutsertakan didalam sebuah penelitian. Hair et al. (2014) menjelaskan jumlah ketentuan responden dari penelitian berdasarkan jumlah indikator pertanyaan yang ada, yakni sebagai berikut:

$$N \times 5$$

Dengan 28 indikator pertanyaan berdasarkan enam jurnal terdahulu, maka jumlah sampel minimum yang harus didapatkan peneliti adalah  $28 \times 5 = 140$ . Maka kesimpulannya, peneliti wajib membagikan seluruh kuesioner kepada 140 responden.

### **3.3.4 Sampling Process**

Pada *sampling process* ini, peneliti menggunakan metode *single cross sectional*. Dimana peneliti mengumpulkan dan mengambil informasi data dari sampel hanya sebanyak satu kali dalam satu periode waktu saja (Malhotra, 2010).

#### **3.3.4.1 Sumber Data**

Menurut Malhotra (2010), terdapat dua jenis data yang akan diolah oleh peneliti menjadi sebuah informasi yang bermanfaat, yaitu:

##### **a. Primary Data**

*Primary Data* adalah informasi yang didapatkan langsung oleh peneliti untuk memecahkan masalah penelitian (Malhotra, 2010). Dalam proses pengumpulan *primary data* peneliti menggunakan kuesioner sebagai sumber data dan informasi langsung untuk penelitian.

##### **b. Secondary Data**

*Secondary Data* adalah segala informasi yang dapat mendukung peneliti dalam memberikan solusi bagi penelitiannya. *Secondary data* juga bukan merupakan data langsung yang terkait dengan penelitian, namun memiliki relevansi untuk mendukung teori yang ada. Sumber-sumber tersebut peneliti dapatkan dari jurnal, buku, data pemerintah, dan *website* terpercaya yang berhubungan dengan objek penelitian yaitu aplikasi PermataME.

#### 3.3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data

1. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data sekunder berupa informasi-informasi melalui jurnal terdahulu, buku, data pemerintah, dan artikel yang berhubungan dengan aplikasi PermataME
2. Melalui beberapa jurnal peneliti menyusun *draft* kuesioner dan dilakukan *wording* atau pemilihan kata yang tepat agar pada saat penyebaran kuesioner, responden dapat lebih mudah untuk memahami pernyataan sehingga hasil yang didapatkan relevan dengan tujuan penelitian.
3. Melakukan *pre-test* dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden sebelum melakukan penyebaran kuesioner dalam skala yang lebih besar. Penyebaran kuesioner kepada 30 responden ini dilakukan secara *online* melalui *GoogleForm* dengan meminta responden yang memenuhi syarat untuk mengisi kuesioner tersebut.
4. Setelah itu, peneliti mulai menguji validitas dan realibilitas kuesioner yang sudah disebarkan melalui program SPSS versi 25. Hasilnya membuktikan bahwa kuesioner peneliti lulus uji validitas dan realibilitas sehingga memenuhi syarat untuk melanjutkan pada tahap *main test*.
5. Kemudian peneliti menyebarkan kuesioner secara *online* dan *offline* untuk mendapatkan responden sebanyak 140.
6. Hasil dari uji keseluruhan data yang berjumlah 140 responden kemudian dianalisis kembali dengan menggunakan *software* Lisrel versi 8.8.

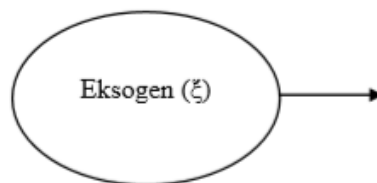


### 3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Malhotra et al. (2017), terdapat 2 jenis variabel yaitu *latent variable* dan *observed variable*. *Latent variable* adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung namun dapat didefinisikan secara konsep melalui beberapa indikator seperti kuesioner. *Latent variable* terbagi menjadi variabel eksogen dan endogen. Sedangkan *observed variable* dapat digunakan untuk mempresentasikan *latent variable*.

#### 3.4.1 Variabel Eksogen

Menurut Malhotra et al. (2017), variabel eksogen adalah variabel independen yang memberikan pengaruh terhadap variabel lain namun tidak dapat dipengaruhi oleh variabel apapun yang ada didalam suatu model penelitian. Variabel eksogen tergambarkan dengan sebuah lingkaran yang memiliki anak panah yang mengarah keluar dari variabel eksogen tersebut menuju variabel lain dan tidak ada anak panah yang mengarah padanya. Pada penelitian ini, variabel eksogennya adalah *Mobility*, *Customization*, *Security*, *Reputation*, *Trust*, dan *Perceived Risk*

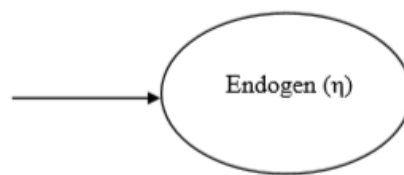


Sumber : Malhotra et al. (2017)

**Gambar 3.9 Variabel Eksogen**

### 3.4.2 Variabel Endogen

Menurut Malhotra et al. (2017), variabel endogen adalah variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel lain yang ada di dalam sebuah model penelitian. Variabel endogen tergambarkan dengan sebuah anak panah yang mengarah padanya. Pada penelitian ini, variabel endogennya adalah *trust*, *perceived risk* dan *continuance intention*.



Sumber : Malhotra et al. (2017)

**Gambar 3.10 Variabel Endogen**

### 3.4.3 Variabel Teramati

Menurut Malhotra et al. (2017), variabel teramati adalah variabel yang dapat diukur secara langsung dan empiris. Dalam metode survey, variabel teramatinya adalah indikator pertanyaan yang telah terukur dan teruji lewat penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini terdapat 28 indikator pertanyaan yang mewakili variabel *mobility*, *customization*, *security*, *reputation*, *trust*, *perceived risk* dan *continuance intention*

## 3.5 Definisi Operasional

Pada penelitian ini, penulis memiliki 7 variabel yakni *mobility*, *customization*, *security*, *reputation*, *trust*, *perceived risk* dan *continuance intention*. Setiap variabel memiliki 4 indikator pertanyaan yang berasal dari jurnal terdahulu. Skala penentuan menggunakan likert 1-7, dimana angka 1 menunjukkan “sangat tidak setuju” hingga

angka 7 menunjukkan “sangat setuju”. Berikut adalah definisi dan indikator yang ada didalam variabel penelitian:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional**

<i>No</i>	<i>Variabel</i>	<i>Definisi Variabel</i>	<i>Measurement</i>	<i>Kode Referensi</i>	<i>Scalling Technique</i>
1	<i>Mobility</i>	Kemudahan yang dirasakan oleh konsumen dalam melakukan berbagai layanan perbankan terlepas dari waktu dan tempat. (Kim et al., 2010)	1. Saya dapat menggunakan PermataMe kapan saja ketika dibutuhkan. (Shao et al., 2019)	MB1	Likert 1-7
			2. Saya dapat menggunakan PermataMe dimana saja ketika dibutuhkan. (Shao et al., 2019)	MB2	Likert 1-7
			3. Saya dapat menggunakan PermataMe kapan saja saat saya berpergian. (Shao et al., 2019)	MB3	Likert 1-7
			4. PermataMe membuat saya dapat bertransaksi dengan mudah tanpa mengganggu kegiatan saya. (Kim et al., 2016)	MB4	Likert 1-7
2	<i>Customization</i>	Kemampuan konsumen untuk menyesuaikan fungsi informasi, metode pembayaran, dan pengaturan keamanan berdasarkan perilaku dan kebiasaan mereka. (Huang, 2017)	1. PermataMe memungkinkan saya untuk menyesuaikan metode pembayaran sesuai dengan kebutuhan saya sendiri. (Shao et al., 2019)	CU1	Likert 1-7
			2. PermataMe memungkinkan saya untuk menyesuaikan pengaturan kata sandi sesuai dengan keinginan saya. (Shao et al., 2019)	CU2	Likert 1-7
			3. Saya dapat menyesuaikan layanan PermataMe sesuai dengan kebutuhan saya sendiri. (Shao et al., 2019)	CU3	Likert 1-7
			4. PermataMe memungkinkan saya untuk menyesuaikan transaksi sesuai dengan keinginan saya. (Huang et al, 2014)	CU4	Likert 1-7

3	<i>Security</i>	Keamanan adalah probabilitas subjektif dimana konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan dan dimanipulasi selama transit dan penyimpanan oleh pihak-pihak yang tidak berkepentingan. (Flavian & Gunaliu, 2006)	1. PermataMe menyediakan teknologi keamanan yang baik untuk mencegah akses yang tidak diinginkan dari orang lain. (Shao et al., 2019)	SE1	Likert 1-7
			2. PermataMe menyediakan sistem keamanan yang baik. (Shao et al., 2019)	SE2	Likert 1-7
			3. PermataMe menjamin perlindungan akun Anda secara real time. (Shao et al., 2019)	SE3	Likert 1-7
			4. Saya merasa tidak khawatir ketika menggunakan PermataME untuk melakukan pembayaran. (Pikkaraine, 2004)	SE4	Likert 1-7
4	<i>Reputation</i>	Penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan-keunggulan yang ada pada perusahaan. (Herbig & Milewicz, 1993)	1. Saya merasa Bank Permata memiliki reputasi yang baik. (Shao et al., 2019)	RE1	Likert 1-7
			2. Saya merasa Bank Permata telah diakui secara luas. (Shao et al., 2019)	RE2	Likert 1-7
			3. Saya merasa Bank Permata telah digunakan oleh banyak orang disekitar saya. (Shao et al., 2019)	RE3	Likert 1-7
			4. Bank Permata menyediakan kualitas layanan yang baik. (Kim et al., 2009)	RE4	Likert 1-7

5	Trust	Keyakinan atau kepercayaan konsumen sejauh mana <i>mobile application</i> dapat dianggap tidak memiliki acaman keamanan dan privasi. (Gao et al., 2008)	1. Saya percaya PermataMe efektif dalam menangani transaksi saya. (Shao et al., 2019)	TR1	Likert 1-7
			2. Saya percaya PermataMe dapat berguna untuk kepentingan pribadi saya. (Shao et al., 2019)	TR2	Likert 1-7
			3. Saya percaya bahwa PermataMe dapat diandalkan setiap saat. (Shao et al., 2019)	TR3	Likert 1-7
			4. Saya merasa PermataMe memberikan keamanan setiap saya melakukan transaksi. (Kim et al., 2009)	TR4	Likert 1-7
6	Perceived Risk	Potensi kerugian beserta ketidakpastian yang timbul akan hasil negatif dari pengadopsian suatu <i>mobile banking</i> . (Chen, 2012)	1. Saya merasa tidak aman untuk memberikan informasi pribadi saya ke aplikasi PermataMe. (Shao et al., 2019)	PR1	Likert 1-7
			2. Saya merasa berisiko menggunakan PermataMe untuk melakukan transaksi online. (Shao et al., 2019)	PR2	Likert 1-7
			3. Saya merasa akan mengalami kerugian finansial saat menggunakan PermataMe sebagai alat pembayaran. (Shao et al., 2019)	PR3	Likert 1-7
			4. Saya merasa PermataMe berbahaya untuk digunakan. (Chen, 2012)	PR5	Likert 1-7

7	<i>Continuance Intention</i>	Niat konsumen untuk menggunakan kembali <i>mobile banking</i> melalui sebuah <i>smartphone</i> . (Chen, 2012)	1. Saya akan terus menggunakan PermataMe. (Shao et al., 2019)	CI1	Likert 1-7
			2. Saya akan terus menggunakan PermataMe daripada menggunakan aplikasi digital onboarding lain. (Shao et al., 2019)	CI2	Likert 1-7
			3. Jika memungkinkan saya akan melanjutkan penggunaan PermataMe. (Shao et al., 2019)	CI3	Likert 1-7
			4. Di masa depan, saya akan menggunakan PermataMe lebih banyak daripada yang saya lakukan hari ini. (Grob, 2016)	CI4	Likert 1-7

### 3.6 Uji Instrumen

#### 3.6.1 Metode Analisis *Pre-test* Menggunakan Data Analisis

Uji pre-test dapat dilakukan dengan metode faktor analisis. Faktor analisis adalah teknik yang digunakan untuk melakukan data *reduction* dan *summarisation* (Malhotra et al., 2017). Analisis faktor bertujuan untuk mengetahui apakah suatu indikator pertanyaan sudah valid atau belum. Teknik ini juga dapat digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi antar indikator dan apakah indikator tersebut bisa mewakili sebuah variabel laten (Malhotra et al., 2017). Untuk mengolah data pre-test, peneliti menggunakan *software* SPSS versi 25.

#### 3.6.2 Uji Validitas

Menurut Malhotra et al. (2017), uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah *measurement* yang ada didalam suatu penelitian mampu mengukur objek penelitian secara efektif. Sebuah *measurement* dapat dikatakan valid jika memiliki tingkat validitas yang tinggi. Suatu *measurement* akan dinyatakan valid apabila memenuhi syarat berikut:

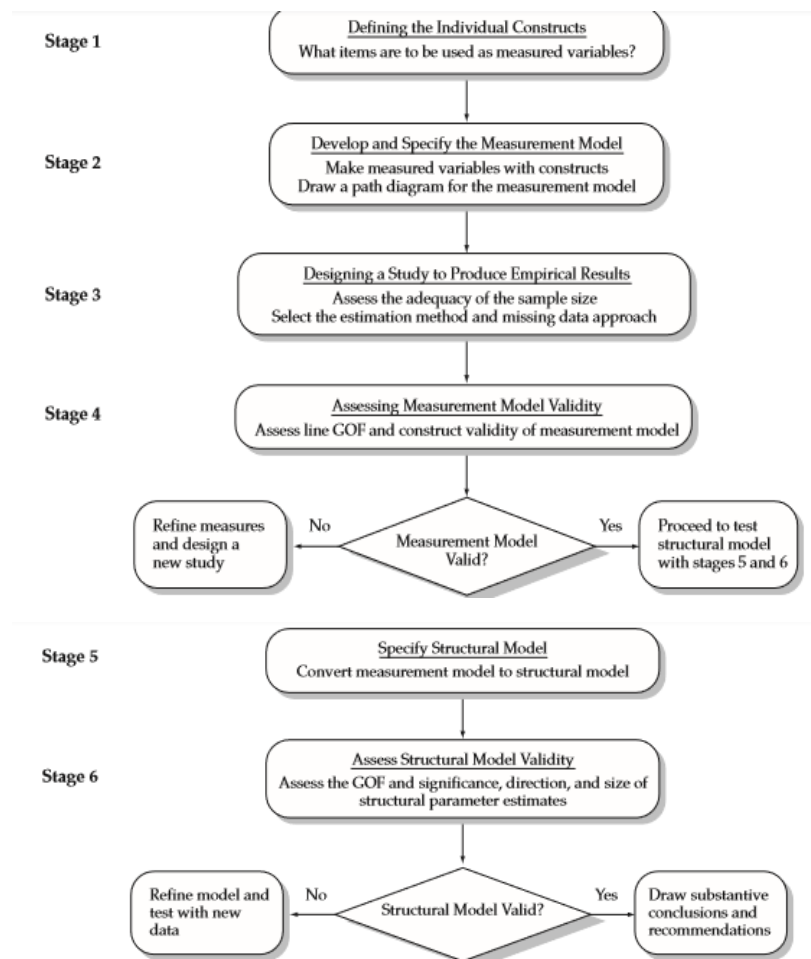
No	Ukuran Validitas	Nilai Diisyaratkan
1	<b>Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy.</b> Merupakan indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan model analisis.	$KMO \geq 0,5$ mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai dalam hal jumlah sampel dan korelasi sedangkan jika $KMO < 0,5$ maka analisis faktor belum memadai dalam hal jumlah sampel dan korelasi
2	<b>Bartlett's Test of Sphericity.</b> Merupakan sebuah uji statistik yang biasanya digunakan untuk menguji sebuah hipotesis.	Jika nilai <i>significant</i> $\leq 0.05$ menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel dengan indikatornya.
3	<b>Anti-image Correlation Matrices</b> digunakan untuk memprediksi hubungan antar variabel, apakah memiliki kesalahan atau tidak.	Mengacu pada nilai Measure of Sampling Adequacy (MSA) pada diagonal anti image correlation. Nilai MSA berkisar 0 sampai dengan 1 dengan kriteria: Nilai MSA=1, menandakan bahwa variable tidak memiliki kesalahan; Nilai MSA $\geq 0.50$ menandakan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan harus dianalisa lebih lanjut; Nilai MSA $\leq 0.50$ tidak dapat di analisis lebih lanjut, harus dilakukan perhitungan analisis faktor ulang ketika situasi tersebut
4	<b>Factor Loading of Component Matrix.</b> Merupakan korelasi suatu indikator dengan faktor yang berbentuk. Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam membangun setiap variabel	Kriteria suatu indikator dikatakan dapat membentuk suatu faktor, yaitu jika nilai factor loading diatas 0.50

### 3.6.3 Uji Realibilitas

Menurut Maholtra et al. (2017), uji realibilitas dilakukan untuk menguji tingkat konsistensi hasil *measurement* penelitian saat digunakan berkali-kali. Dalam mengukur suatu realibilitas, maka tingkat *cronbach alpha* harus lebih besar dari 0.70 agar sebuah variabel dapat dikategorikan reliable (Hair et al., 2014).

### 3.6.3 Metode Analisa Data dengan *Structural Equation Modeling* (SEM)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM), karena pada model penelitian ini jumlah variabel endogen lebih dari satu. Hair et al. (2014) menyatakan bahwa metode *structural equation model* berfungsi untuk menjelaskan hubungan antar variabel dengan menggabungkan beberapa aspek dalam regresi berganda untuk menguji hubungan antar variabel endogen dan eksogen. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *software* Lisrel 8.8 dalam melakukan pengukuran.



Sumber : Hair et al. (2014)

**Gambar 3.11 Tahapan Prosedur Menggunakan SEM**



### 3.6.3.1 Tahapan Prosedur SEM

Hair et al. (2014) menyatakan bahwa terdapat 6 proses keputusan pada SEM yang harus dilakukan peneliti untuk mengetahui apakah suatu model valid atau tidak. Dalam penelitian ini, peneliti melewati 6 proses untuk melakukan uji SEM, diantaranya yaitu:

1. Mendefinisikan *construct* yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel tersebut.
2. Mengembangkan keseluruhan *measurment* model.
3. Menetapkan *sample size* yang akan diambil, memilih metode estimasi dan pendekatan yang digunakan untuk menangani missing data.
4. Mengukur validitas *measurement* model.
5. Mengubah *measurement* model menjadi *structural* model.
6. Melakukan penilaian apakah *structural* model telah validitas atau memiliki kecocokan.

### 3.6.3.2 Uji Kecocokan akan Keseluruhan Model (Goodness of Fit)

Dalam penelitian ini, tahap pertama dari uji kecocokan keseluruhan model bertujuan untuk melakukan evaluasi kecocokan antara data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dengan model penelitian yang diadopsi atau yang sering dikenal dengan *Goodness of Fit*. Ada 3 jenis *Goodness of Fit* menurut Hair et al. (2014) yaitu:

#### a. *Absolute Fit Indices*

Metode pengukuran yang berguna untuk mengetahui seberapa baik model yang diciptakan oleh peneliti, dapat memberikan data bagi penelitian. Ada 2 tipe pengukuran yaitu *goodness of fit* dan *badness of fit*. Nilai *goodness of fit* yang

tinggi dan nilai *badness of fit* yang rendah mengindikasikan bahwa kecocokan model baik. Pada penelitian ini, pengukuran menggunakan *badness of fit*, yaitu *root mean square error of approximation* (RMSEA).

*b. Incremental Fit Indices*

Metode pengukuran yang mengacu pada null model, yaitu sebuah pemahaman bahwa seluruh variabel tidak berkorelasi, sehingga tidak ada spesifikasi model yang mampu merubah model itu sendiri karena tidak adanya hubungan antar variabel. Pada penelitian ini, pengukuran *Incremental Fit Indices* menggunakan *comparative fit index* (CFI).

*c. Parsimony Fit Indices*

Metode pengukuran yang dirancang untuk memberikan informasi mengenai model yang paling cocok digunakan, yang diukur berdasarkan relatifitas dan kompleksitasnya. Pengukuran ini dapat berguna untuk meningkatkan nilai *goodness of fit* agar model lebih dapat diandalkan. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran melalui *parsimony normed fit index* (PNFI).

Penelitian ini akan menggunakan *Software Lisrel* versi 8.8 dengan memakai teknik *Structural Equation Model* (SEM) di dalam melakukan pengolahan data. Terdapat beberapa acuan nilai seperti yang telah digambarkan pada tabel 3.2 di dalam mengukur adanya uji kecocokan suatu model yaitu sebagai berikut ini:

### 3.6.3.3 Kococokan Model Pengukuran (*Goodness of Fit*)

**Tabel 3.2 Differences Fit Indices Demonstrating Goodness of Fit**

<i>FIT INDICES</i>	<i>Cutoff Values For GOF Index</i>					
	<i>N&lt; 250</i>			<i>N&gt;250</i>		
	<i>m≤ 12</i>	<i>12&lt;m&lt;30</i>	<i>m&gt;30</i>	<i>m≤ 12</i>	<i>12&lt;m&lt;30</i>	<i>m&gt;30</i>
<i>Absolute Fit Indices</i>						
$\chi^2$	Insignificant p-values expected	Significant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Insignificant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Significant p-values expected
RMSEA	RMSEA<0.08	RMSEA<0.08	RMSEA<0.08	RMSEA<0.07	RMSEA<0.07	RMSEA<0.07
	CFI≥0.97	CFI≥0.95	CFI≥0.92	CFI≥0.97	CFI≥0.97	CFI≥0.97
SRMR	Biased upward, use other indices	.08 or less (with CFI of .95 or higher)	Less than .09 (with CFI above .92)	Biased upward; use other indices	.08 or less (with CFI above .92)	.08 or less (with CFI above .92)
<i>Incremental Fit Indices</i>						
RNI	May not diagnose misspecification well	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI ≥ 0.95. not used with N > 1,000	CFI > 0.92. not used with N > 1,000	CFI > 0.90. not used with N > 1,00
CFI or TLI	CFI≥0.97	CFI≥0.95	CFI≥0.92	CFI≥0.95	CFI≥0.92	CFI≥0.90
<i>Parsimonius Fit Indices</i>						
PNFI	0≤NFI≤1, relatively high values represent relatively better fit					

Sumber: Hair et al. (2014)

Dari tabel 3.2 kriteria uji kecocokan keseluruhan model dapat dilihat dengan beberapa kriteria sebagai berikut:

- Nilai *chi-square* ( $\chi^2$ ) dengan *degree of freedom* (DF)
- Satu kriteria *absolute fit index* (GFI, RMSEA, atau SRMR)
- Satu kriteria *incremental fit index* (CFI atau TLI)
- Satu kriteria *goodness of fit index* (GFI, CFI, atau TLI)
- Satu *badness of fit index* (RMSEA, atau SRMR)

#### 3.6.3.4 Kecocokan Model Pengukuran (*Measurement Model Fit*)

Uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan terhadap setiap *measurement* model secara terpisah melalui evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas dari model pengukuran (Hair et al., 2014).

1. Evaluasi terhadap validitas dari model pengukuran Suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap *construct* atau variabel latennya, jika *standardized loading factor*  $\geq 0.50$  (Hair et al., 2014).
2. Evaluasi terhadap reliabilitas dari model pengukuran. Berdasarkan Hair et al. (2014) suatu variabel dapat dikatakan mempunyai reliabilitas baik jika:

$$\text{Construct Reliability (CR)} = \frac{(\sum \text{std loading})^2}{(\sum \text{std loading})^2 + \sum e}$$

$$\text{Variance Extracted (VE)} = \frac{\sum \text{std loading}^2}{\sum \text{std loading}^2 + \sum e}$$

Menurut Hair et al. (2014) suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas baik jika nilai *construct reliability* (CR) berada diantara  $\geq 0.70$  dan nilai *variance extracted* (VE)  $\geq 0.50$ .

Uji kecocokan model pengukuran juga dapat dilihat dengan kriteria sebagai berikut:

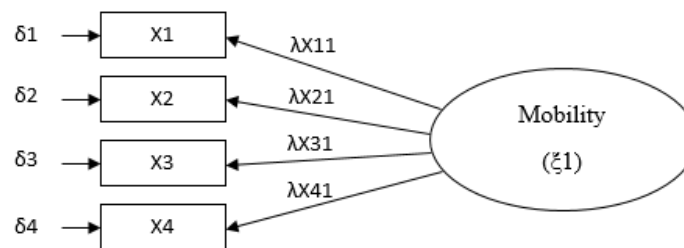
1. Nilai *Chi-Square* ( $\chi^2$ ) dengan degree of freedom (DF)
2. Satu *absolute fit index* (GFI, RMSEA, atau SRMR)
3. Satu *incremental fit index* (CFI atau TLI)
4. Satu *goodness of fit index* (GFI, CFI, atau TLI)
5. Satu *badness of fit index* (RMSEA, atau SRMR)

### 3.7 Model Pengukuran

Pada penelitian ini, terdapat 7 model pengukuran (*measurement model*) yang diperoleh berdasarkan variabel yang diteliti oleh peneliti yaitu:

#### 1. *Mobility*

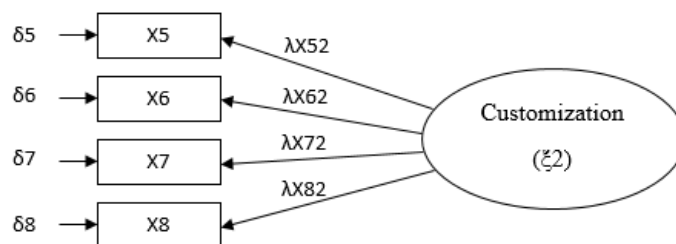
Dalam penelitian ini, model variabel terdiri dari 4 indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu *mobility*. Variabel laten  $\zeta_1$  mewakili *mobility*.



**Gambar 3.12 Model Pengukuran *Mobility***

#### 2. *Customization*

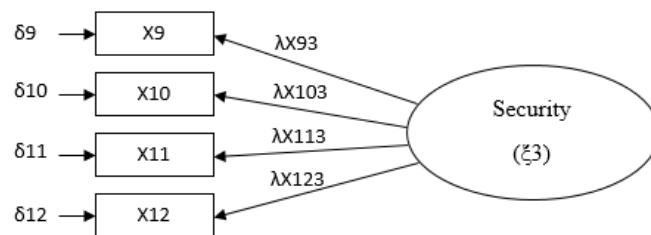
Dalam penelitian ini, model variabel terdiri dari 4 indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu *customization*. Variabel laten  $\zeta_2$  mewakili *customization*.



**Gambar 3.13 Model Pengukuran *Customization***

### 3. *Security*

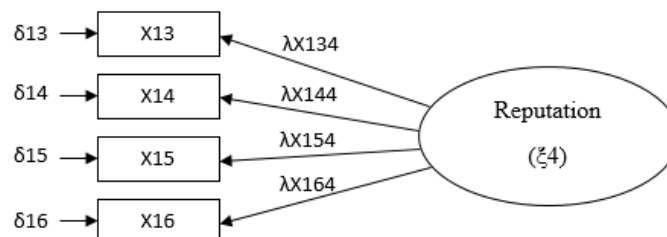
Dalam penelitian ini, model variabel terdiri dari 4 indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu *security*. Variabel laten  $\zeta_3$  mewakili *security*.



**Gambar 3.14 Model Pengukuran *Security***

### 4. *Reputation*

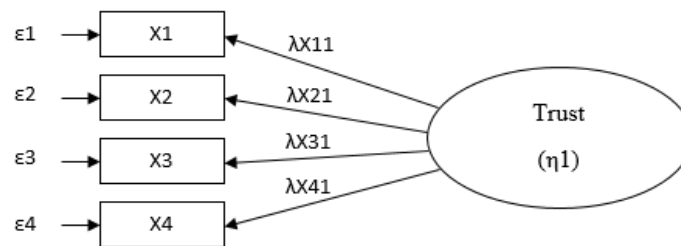
Dalam penelitian ini, model variabel terdiri dari 4 indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu *reputation*. Variabel laten  $\zeta_4$  mewakili *reputation*.



**Gambar 3.15 Model Pengukuran *Reputation***

5. *Trust*

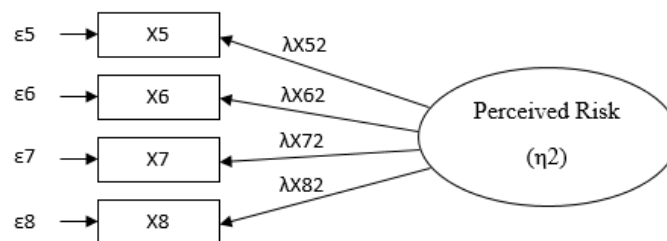
Dalam penelitian ini, model variabel terdiri dari 4 indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu *trust*. Variabel laten  $\eta_1$  mewakili *trust*.



**Gambar 3.16 Model Pengukuran *Trust***

6. *Perceived Risk*

Dalam penelitian ini, model variabel terdiri dari 4 indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu *perceived risk*. Variabel laten  $\eta_2$  mewakili *perceived risk*.

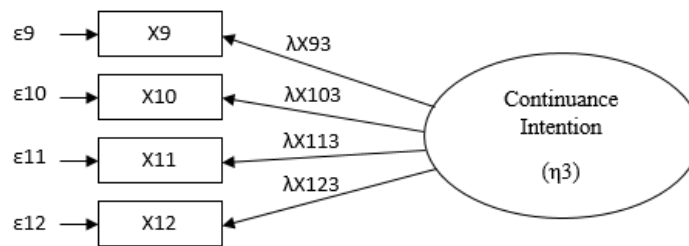


**Gambar 3.17 Model Pengukuran *Perceived Risk***

## 7. *Continuance Intention*

Dalam penelitian ini, model variabel terdiri dari 4 indikator pernyataan yang merupakan 1st CFA yang mewakili satu variabel laten yaitu *continuance intention*.

Variabel laten  $\eta_3$  mewakili *continuance intention*.



**Gambar 3.18 Model Pengukuran *Continuance Intention***

## 3.8 Kecocokan Model Struktural

Model struktural sering disebut juga sebagai *latent variable relationship* (Hair et al., 2014). Analisa terhadap model struktural memilih persamaan umum sebagai berikut:

$$\eta = \gamma\xi + \zeta$$

$$\eta = \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

Menurut Hair et al. (2014) struktural model didefinisikan sebagai kumpulan satu atau lebih *dependence relationship* yang menghubungkan hipotesis *construct model*. Model Struktural akan merepresentasikan keterkaitan variabel antar *construct*.

*Overall fit* pada struktural model dapat diuji dengan kriteria yang sama dengan *measurement model* yaitu sebagai berikut:



- a. Nilai *chi-square* ( $\chi^2$ ) dengan *degree of freedom* (DF)
- b. Satu kriteria *absolute fit index* (GFI, RMSEA, atau SRMR)
- c. Satu kriteria *incremental fit index* (CFI atau TLI)
- d. Satu kriteria *goodness of fit index* (GFI, CFI, atau TLI)
- e. Satu kriteria *badness of fit index* (RMSEA atau SRMR)

Setelah melakukan uji struktural model penulis melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis adalah sebuah prosedur yang didasarkan bukti sample dan teori probabilitas dalam menentukan apakah hipotesis merupakan sebuah pernyataan yang masuk akal (Lind et al., 2012).

Menurut Lind et al. (2012) terdapat 5 langkah prosedur di dalam menguji suatu hipotesis yaitu:

### **1. Menentukan Hipotesis Nol (H0) dan Hipotesis Alternatif (H1)**

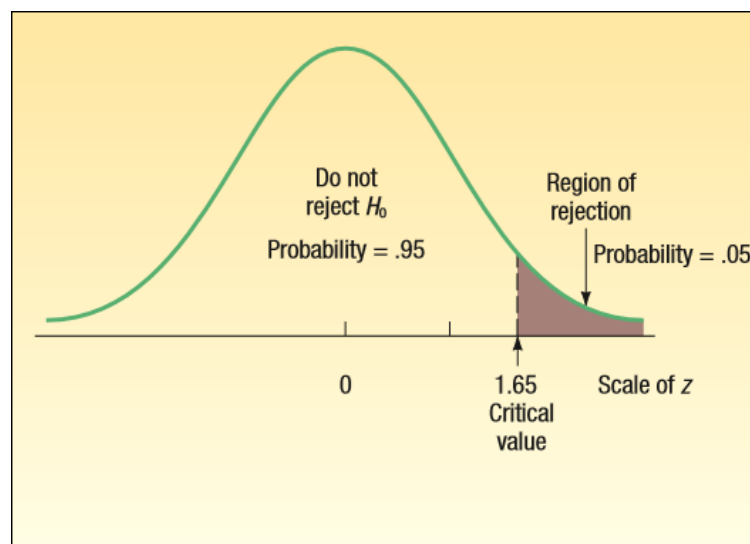
H0 merupakan sebuah pernyataan tentang nilai parameter suatu populasi yang dikembangkan untuk tujuan penelitian. Sedangkan H1 adalah pernyataan yang menyatakan jika data sampel diterima dan memberikan bukti yang cukup bahwa hipotesis nol salah.

### **2. Memilih tingkat signifikansi**

*Level of Significance* ( $\alpha$ ) adalah probabilitas untuk menolak H0 jika benar. Dalam penelitian ini, *level of significance* yang dipakai adalah  $\alpha = 0.05$  atau 5% yang berarti bahwa tingkat kesalahan maksimal yang diperbolehkan pada hasil uji penelitian ini hanya sebesar 5% dari keseluruhan hasil uji.

### 3. Pilih statistik uji

Test statistik digunakan untuk menentukan apakah  $H_0$  akan ditolak. Pada penelitian ini menggunakan acuan t-tabel  $\geq 1.65$ . Jika nilai t-value lebih besar dari 1.65 maka  $H_0$  ditolak. Sebaliknya, jika nilai t-value kurang dari 1.65 maka  $H_0$  diterima. Sedangkan untuk menentukan  $H_0$  negatif akan ditolak, peneliti menggunakan acuan t-table  $\geq -1.65$ . Jika t-value lebih besar dari -1.65 maka  $H_0$  ditolak. Jika t-value kurang dari -1.65 maka  $H_0$  diterima.



**Gambar 3.19 One Tailed Test**

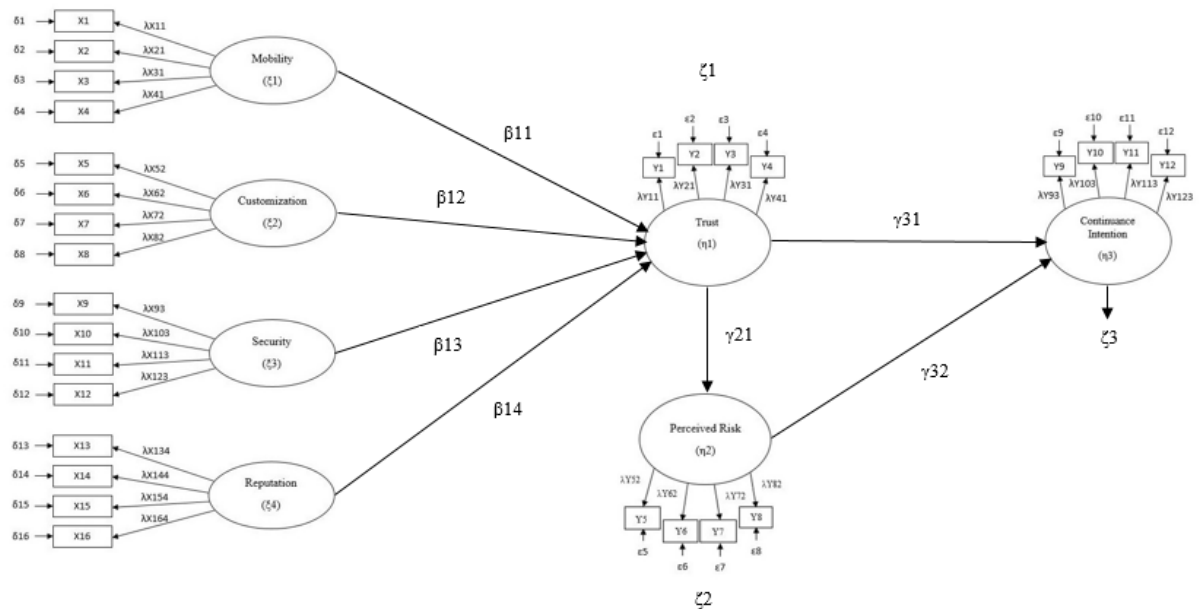
### 4. Merumuskan Aturan Keputusan (*Formulate The Decision Rule*)

Aturan keputusan adalah pernyataan dimana  $H_0$  ditolak. Area penolakan merupakan lokasi yang nilainya sangat besar atau sangat kecil sehingga probabilitas yang muncul dibawah  $H_0$ . Dalam penelitian ini, angka kepercayaan yang digunakan sebesar 95%.

## 5. Membuat keputusan

Langkah terakhir di dalam melakukan uji hipotesis adalah membuat keputusan. Pada tahap ini peneliti akan membandingkan nilai t dengan nilai kritis dan membuat keputusan apakah  $H_0$  ditolak atau tidak.

Pada penelitian ini, analisis model struktural menggunakan keseluruhan model penelitian yang digambarkan pada gambar 3.20 dibawah ini



Sumber : Pengolahan Data Penulis

**Gambar 3.20 Structural Model Path Diagram**